

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Manusia menggunakan teknologi karena memiliki akal. Dengan akalnya manusia ingin keluar dari masalah, ingin hidup lebih baik, lebih aman, dan sebagainya. Perkembangan teknologi terjadi karena seseorang menggunakan akalnya untuk menyelesaikan setiap masalah yang dihadapinya. Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia.

Teknologi juga memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas manusia. Manusia juga sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi teknologi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini. Pada era globalisasi saat ini, penguasaan teknologi menjadi prestise dan indikator kemajuan suatu negara. Negara dikatakan maju jika memiliki tingkat penguasaan teknologi tinggi (*high technology*), sedangkan negara-negara yang tidak bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi sering disebut sebagai negara gagal (*failed country*).

Pada satu sisi, perkembangan dunia IPTEK yang demikian mengagumkan itu memang telah membawa manfaat yang luar biasa bagi kemajuan peradaban umat manusia. Jenis-jenis pekerjaan yang sebelumnya menuntut kemampuan fisik yang cukup besar, kini relatif sudah bisa digantikan oleh perangkat mesin-mesin

otomatis. Demikian juga ditemukannya formulasi-formulasi baru kapasitas komputer, seolah sudah mampu menggeser posisi kemampuan otak manusia dalam berbagai bidang ilmu dan aktivitas manusia. Ringkas kata kemajuan teknologi saat ini benar-benar telah diakui dan dirasakan memberikan banyak kemudahan dan kenyamanan bagi kehidupan umat manusia. Di sisi lain, manusia tidak bisa menipu diri sendiri akan kenyataan bahwa teknologi mendatangkan malapetaka dan kesengsaraan bagi manusia modern. Kemajuan teknologi, yang semula untuk memudahkan manusia, ketika urusan itu semakin mudah, maka muncul “kesepian” dan keterasingan baru, yakni lunturnya rasa solidaritas, kebersamaan, dan silaturahmi. Contohnya penemuan televisi, komputer, internet, dan handphone telah mengakibatkan kita terlena dengan dunia layar. Layar kemudian menjadi teman setia, bahkan kita lebih memperhatikan dunia layar dibandingkan istri atau suami, dan anak sekalipun.

Selain memberikan banyak kemudahan, teknologi kini telah menjadi media dan sarana utama bagi kebanyakan dari masyarakat untuk mengalami dan belajar tentang berbagai aspek dunia di sekitar kita. Bahkan ketika kita tidak belajar secara langsung dari media. Pada era kemajuan teknologi komunikasi dan informasi serta media massa, banyak masyarakat yang cemas bahwa bentuk budaya masyarakat telah mengalami perubahan.

Salah satu bentuk perkembangan teknologi ialah berkembangnya media dan kini telah membawa potensi yang sangat besar dalam merubah gaya hidup manusia. Kehidupan yang semakin modern membawa manusia pada pola perilaku yang unik, yang membedakan individu satu dengan individu lain dalam persoalan gaya hidup. Bagi sebagian orang, gaya hidup sebagai sebuah bentuk ekspresi diri. Gaya hidup

akan lebih jelas terlihat pada seseorang yang selalu mengikuti perkembangan mode dan *fashion* terbaru. Namun tidak semua orang mampu beradaptasi dengan baik terhadap kondisi seperti ini, akibatnya timbul kemungkinan seseorang ikut terombang-ambing dengan perkembangan waktu sehingga justru membuat permasalahan baru bagi kelangsungan hidup manusia.

Perkembangan media saat ini telah memicu sifat konsumerisme pada zaman modern dan mengalami perubahan secara terus-menerus. Salah satu contoh perubahan tersebut yaitu dalam hal perubahan teknologi dan gaya hidup masyarakat dimana hal ini tak lepas dari pengaruh globalisasi yang sekarang terjadi. Dalam era globalisasi ini, jumlah merek, produk, dan pelayanan serta harga yang bersaing dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih sesuai yang konsumen inginkan.

Perilaku konsumen yang susah untuk diprediksi dan variatif menyebabkan gaya hidup mengalami perubahan yang begitu cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, gaya hidup dan kebutuhan mereka. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks. Menurut Kotler, perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Maka dari itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui dan memahami perilaku konsumen yang selalu berkembang, karena dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut kita akan mengetahui pengambilan keputusan pembelian konsumen. Dalam menentukan keputusan pembelian seorang konsumen

akan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dari banyak penelitian, faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan keputusan pembelian produk adalah dengan meneliti bauran pemasaran (produk, harga, saluran distribusi, promosi) dan perilaku konsumen (budaya, sosial, pribadi dan psikologis) (dalam Sari 2012). Selain itu faktor sikap, kepercayaan, citra merek dan gaya hidup juga mempengaruhi keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kebutuhan dan gaya hidup. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu-waktu tertentu. Beberapa dari kebutuhan tersebut ada yang muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, dan rasa ketidaknyamanan. Sedangkan beberapa kebutuhan yang lainnya dapat bersifat psikogenesis; yaitu kebutuhan yang berasal dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa keanggotaan kelompok. Gaya hidup dapat di artikan sebagai sebuah pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat dan opininya yang terbentuk melalui sebuah kelas sosial, dan pekerjaan. Tetapi, kelas sosial dan pekerjaan yang sama tidak menjamin munculnya sebuah gaya hidup yang sama. Melihat hal ini sebagai sebuah peluang dalam kegiatan pemasaran, banyak pemasar yang mengarahkan merek mereka kepada gaya hidup seseorang.

Oleh karena itu keputusan konsumen sangat berpengaruh dalam hal pembelian produk terutama dibidang fashion yang menjadi bagian atau tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Benda-benda seperti baju dan aksesoris yang dikenakan bukanlah sekadar penutup tubuh dan hiasan, lebih dari itu juga menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi. Dalam

perkembangan selanjutnya *fashion* tidak hanya menyangkut soal busana dan aksesoris semacam perhiasan seperti kalung dan gelang, akan tetapi benda-benda fungsional lain yang dipadukan dengan unsur-unsur desain yang canggih dan unik menjadi alat yang dapat menunjukkan dan mendongkrak penampilan si pemakai. *Fashion* bisa menjadi etalase kecil tentang diri seseorang bagi orang lain. Gaya berpakaian atau berbusana merupakan sebuah bahan penilaian awal seseorang. Di samping juga *fashion* menjadicara untuk mengekspresikan diri seseorang. Upaya-upaya manusia untuk berhias agar tampilannya lebih dipandang bukanlah hal baru. Jauh sebelum zaman modern seperti sekarang upaya ini sudah dilakukan. Hal ini bisa dilihat di museum-museum sejarah atau pada relief-relief candi. Di mana pada zaman itu pakaian dan perhiasan-perhiasan yang digunakan berasal dari kerang, manik-manik, batu-batu alam, hingga emas dijadikan sebagai pelengkap penting penampilan seseorang.

*Fashion* dan pakaian dipergunakan untuk membuat perbedaan dalam kekuasaan dan status yang ada diantara kelas-kelas rendah dan tinggi yang muncul sebagai legitimasi dan kepatutan. Perbedaan dalam kekuasaan dan status diantara kelompok tersebut sesungguhnya merupakan akibat dari serangkaian peristiwa sejarah, hasil dari sesuatu yang dibuat oleh manusia, meski fasion dan pakaian itu berfungsi untuk membuatnya tampak abash, benar dan nyaris berbuat seperti alam ketimbang manusia. Bahkan marx menggunakan *fashion* dan pakaian ini sebagai satu contoh hanya untuk menunjukan perbedaan-perbedaan kelas ini.

**Tabel 1: Database tren *fashion* dari tahun ketahun:**

No	Tahun	Tren
1	1920	Wanita menggunakan pakaian <i>Victoria Style</i> , dengan korset yang berlapis-lapis mengikat.
2	1930	Gaun yang menonjolkan bentuk tubuh lebih populer
3	1940	Kemeja, celana denim, scraft
4	1950	<i>Teddy boys</i> gaya satu set jas berkancing, kemeja di dalamnya
5	1960	Warna-warna cerah dengan motif floral yang merajai
6	1970	Berpakaian ketat, rambut mowhawk ala suku indian, dengan aksesoris anting dan kacamata
7	1980	Laki-laki= Jaket Gombrong Wanita= Celana dan baju senam ketat, lengkap dengan sepatu kets sneakers
8	1990	Celana atau rok berbahan denim dan dipadukan dengan kaos
9	2005-2009	Celana ketat dengan memperlihatkan bentuk kaki dipadukan dengan kaos atau jaket kulit
10	2010-2016	Celana atau rok jeans, kaos polos, kemeja kotak, gaun tunik, legging, <i>flatshoes</i> , <i>sneakers</i> , sweater dan jaket Nuansa monokrom

**Sumber: [www. Megajurnal. Com](http://www.Megajurnal.Com)**

Salah satu bagian dari *fashion* yaitu sepatu, sepatu adalah suatu jenis alas kaki (*footwear*) yang biasanya terdiri bagian-bagian sol, hak, kap, tali, dan lidah. Biasanya juga terbuat dari kanvas atau kulit yang menutupi semua bagian mulai dari jari jemari, punggung kaki hingga bagian tumit. Pengelompokkan sepatu biasanya dilakukan berdasarkan fungsi atau tipenya, seperti sepatu resmi (pesta), sepatu santai(kasual), sepatu dansa, sepatu olahraga, sepatu kerja, sepatu ortopedik dan sepatu minimalis.

**Tabel 2: Database merk sepatu dari sepatu olahraga dan non olahraga:**

Nama-Nama Merk Sneakers Olahraga dan Non Olahraga			
Olahraga		Non Olahraga	
1	Converse	1	Yongki Komaladi
2	Adidas	2	Buccheri
3	Nike	3	Pakaloko
4	Vans	4	Bally
5	Gosh	5	Nevada
6	Batta	6	Cole
7	Reebok	7	Fladeo
8	Fila	8	Batta
9	New Balance	9	Kickers
10	Piero	10	Crocs
11	Eagle	11	Edwar Corerr
12	Spalding	12	Carvil

13	Spotec	13	Homyped
14	Specs	14	Amanda Jeans

Sumber: [www. Majalahmarketing. Com](http://www.Majalahmarketing.Com)

Namun pada era milenial saat ini *sneakers* bukan lagi sebagai alas kaki, melainkan seolah-olah menjadi identitas dari penggunanya, sebagian orang beranggapan bahwa *sneakers* memiliki kelas nya masing-masing berdasarkan brand dan harganya, karena bagi mereka setiap sepatu yang mereka gunakan menambah tingkat kepercayaan diri. Pada zaman globalisasi seperti saat ini trend *sneakers* semakin berkembang dari hari kehari, hal itu berdampak dari trend *streetwear* dari negara barat yang mampu mempengaruhi kalangan anak muda diseluruh dunia termasuk Indonesia, akhirnya tren itu membuat pecinta *fashion* ikut berbongdong-bongdong memakai dan berburu *sneakers*. Bahkan tidak sedikit yang rela mengeluarkan uang lebih untuk mendapatkan *sneakers* impian. Apalagi sejumlah merk produk sepatu kerap meluncurkan edisi terbatas. Sehingga otomatis munculah kolektor atau komunitas yang juga mempelopori adanya *event sneakers*.

Berawal dari menyukai atau mengoleksi hingga ada yang menjadikan *sneakers* sebagai ajang pameran dan juga *event-event* tentang *sneakers* diadakan. Berangkat dari sana lah kemudian *sneakers head* (sebutan bagi pencinta *sneakers*) di Indonesia tergerak mengadakan event akbar, *Jakarta Sneaker Day* atau acara yang dihelat setiap setahun sekali yang kini menjadi hari raya bagi pencinta *sneakers*. Sebab di sana akan berkumpulnya penjual, penikmat, kolektor, komunitas, dan siapapun yang ingin tahu tentang *sneakers*.



Berdasarkan uraian diatas maka jelas bahwa *sneakers* pada saat ini menjadi trend bagi kalangan anak muda, maka dari itu peneliti ingin mengambil judul “*SNEAKERS* SEBAGAI GAYA HIDUP Dan Komunitas GENERASI MILENIAL” karena seiring dengan berkembangnya teknologi model sepatu pun semakin bervariasi mulai dari jenis sepatu formal, *casual*, dsb. Akan tetapi pada era millennial saat ini banyak yang lebih menyukai sepatu jenis *sneakers* karena lebih nyaman, simple dan lebih cocok digunakan dimanapun. Oleh karena itu peneliti ingin melihat mengapa *sneakers* menjadi trend dikalangan anak muda jaman sekarang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah di paparkan oleh penulis, maka dapat diambil rumusan masalahnya yaitu Bagaimana Sepatu *Sneakers* Sebagai Gaya Hidup dan Komunitas (*Life Style*) Generasi Milenial?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di tentukan, maka tujuan yang hendak di capai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui tentang bagaimana perkembangan *sneakers* sebagai gaya hidup (*life style*) generasi milenial.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis yaitu sebagai berikut:

### **1. Manfaat teoritis**

- a. Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat sebagai tambahan pengetahuan keilmuan Sosiologi Postmodern yang dapat memberikan pengetahuan tentang masalah apa saja yang dihadapi oleh masyarakat khususnya generasi milenial.
- b. Dapat menjadi referensi ilmiah untuk peneliti selanjutnya agar lebih baik.

## **2. Manfaat praktis**

- a. Bagi Universitas Muhammadiyah Malang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi ilmiah sehingga dapat digunakan untuk sarana dalam menambah wawasan yang lebih luas.

- b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk referensi ilmiah mengenai trend *sneakers* sebagai gaya hidup generasi milenial

## 1.5 Definisi Konsep

### a. *Sneakers*

*Sneakers* adalah jenis sepatu dengan sol fleksibel terbuat dari karet atau bahan sintetis dan bagian atas terbuat dari kulit atau kanvas. Tetapi, seiring perkembangan jaman sekarang banyak *sneakers* yang terbuat juga dari suede dan nylon. *Sneakers* awalnya diambil dari kata dalam bahasa inggris, yaitu 'sneak' yang berarti penyelinap. *Sneakers* menjadi salah satu jenis sepatu yang paling populer di kalangan anak muda saat ini. Hadir dalam berbagai model, dipadukan dengan busana apapun *sneakers* selalu berhasil menjadi statement gaya yang membuat penampilan lebih stylish. Entah itu dipadukan dengan setelan klasik t-shirt dan jeans, maupun *sporty* dengan padanan gaun casual.

### B. *Gaya Hidup (Life Style)*

Gaya hidup atau *Lifestyle* adalah gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang mereka miliki. Gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Gaya hidup menjadi upaya untuk membuat diri menjadi eksis dengan cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain. Dalam masyarakat modern istilah ini mengkonotasikan individualisme, ekspresi diri, serta kesadaran diri untuk bergaya. Tubuh, busana, cara bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, rumah, kendaraan, bahkan pilihan sumber informasi, dan seterusnya

dipandang sebagai indikator dari individualistis selera, serta rasa gaya dari seseorang

### **C. Generasi Millennial**

Millennial atau kadang juga disebut dengan generasi Y adalah sekelompok orang yang lahir setelah Generasi X, yaitu orang yang lahir pada kisaran tahun 1980- 2000an. Maka ini berarti millenials adalah generasi muda yang berumur 17-37 pada tahun ini. Millennial sendiri dianggap spesial karena generasi ini sangat berbeda dengan generasi sebelumnya, apalagi dalam hal yang berkaitan dengan teknologi. Generasi millennial memiliki ciri khas tersendiri yaitu, mereka lahir pada saat TV berwarna, handphone juga internet sudah diperkenalkan.

### **1.6 Metode Penelitian**

#### **1. Pendekatan Penelitian**

**Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005). Perbedaannya dengan penelitian kuantitatif adalah penelitian ini berangkat dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjas dan berakhir dengan sebuah teori. Penelitian yang digunakan peneliti untuk meneliti yaitu menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor mengatakan “metode kualitatif” sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata yang tertulis dari orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2000:3) metode penelitian kualitatif sering disebut metode**

penelitian naturalistik kerana penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*Natural Setting*)(Sugiono 2014:8).

Menurut Krik dan Miller mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif merupakan sebuah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang bergantung pada suatu pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang – orang tersebut dalam bahasa – bahasa (Moleong, 2000:3).

Metode penelitian kualitatif menunjuk untuk penelitian yang mempunyai sifat mengamati kasus dengan demikian proses dari pengumpulan data dan analisis itu mempunyai sifat yang khusus (Indrawan, Popy, 2014:678). Menurut Lincoln dan Guba menyebutkan bahwa pendekatan kualitatif disebut juga dengan *case study* atau bisa juga disebut dengan *qualitative*, yaitu merupakan penelitian yang mendalam dan sangat tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan subyek – subyek penelitian tersebut (Pujosuwarno, 1992:34).

## **2. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Karena dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara terperinci mengenai fenomena sosial tertentu. Penelitian deskriptif adalah suatu model penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena – fenomena yang ada dan juga yang berlangsung pada saat ini atau pada saat lampau (Fuchan, 2004:54).

Jenis penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis faktual dan akurat tentang fakta – fakta dan sifat – sifat dari subjek penelitian. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan

informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya saat penelitian dilakukan (Arikunto, 2007:234).

### **3. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini bertempat di sekitar kampus UMM kota Malang. Lokasi ini dipilih karena lokasi tersebut sesuai dengan kriteria yang dimaksud di dalam penelitian yang berjudul “*Sneakers* Sebagai Gaya Hidup Dan Komunitas Generasi Millenial” karena menurut pengalaman peneliti setelah kuliah di UMM selama hampir empat tahun peneliti melihat perkembangan *sneakers* mulai dari awal masuk kuliah sampai saat ini sudah mengalami peningkatan pemakaian *sneakers* karena para mahasiswa UMM yang mayoritas sudah mengetahui tentang apa itu *sneakers* oleh sebab itu sebagian besar pasti mempunyai sepatu jenis casual atau *sneakers*.

Dengan adanya alasan-alasan yang sudah ditulis oleh peneliti diatas dapat mempermudah peneliti untuk mendapatkan data yang cukup lengkap dan akurat.

### **4. Teknik Penentuan Subjek Penelitian**

Teknik penentuan subjek penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana peneliti menentukan kriteria – kriteria dan kuota tertentu pada subjek yang secara mendalam mampu memberikan informasi secara benar dan lengkap. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan – pertimbangan tertentu (Sugiono,2009:218).

Pemilihan informan dilakukan dengan mencari informan yang benar – benar tepat dan memberikan informasi sesuai dengan tujuan penulisan. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dan mewawancarai komunitas *sneakers* yang ada di kota Malang terutama di kalangan mahasiswa UMM, tidak hanya mewawancarai ketua dan anggota komunitas *sneakers* tersebut peneliti juga akan melakukan penelitian di kalangan mahasiswa UMM yang notabnya suka mengoleksi Sneakers.

### **Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini dapat dikelompokkan ke dalam dua klasifikasi, yaitu data primer dan sekunder.

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan suatu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari lokasi penelitian yang diteliti. Data primer juga merupakan bentuk data yang didapat juga melalui berbagai bentuk teknik pengumpulan data yang sebelumnya sudah ditentukan oleh peneliti berdasarkan metode penelitian yang digunakan sehingga dalam penelitian ini data primer akan didapat dengan cara wawancara, dan juga observasi atau pengamatan langsung di gantangan media kicau malang.

#### **b. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang di dapat peneliti secara tidak langsung artinya data sekunder merupakan data yang didapat oleh peneliti melalui perantara media tertentu. Data sekunder dapat didapat bisa melalui penelitian terdahulu, ataupun jurnal-jurnal yang terkait dengan judul, dan bisa juga berupa foto ataupun

dokumen-dokumen yang bersifat resmi dari pemerintah ataupun milik pribadi yang bisa didapat dilokasi penelitian atau ditempat lain yang memiliki relevansi atau keterkaitan dengan judul yang diteliti sehingga akan menjadi data tambahan bagi peneliti.

### **3.2 Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Metode Observasi (pengamatan)**

Dalam penelitian ini pengamatan dilakukan dengan mengamati situasi yang terjadi di sekitar kampus UMM. Pengamatan dapat dilakukan secara terlibat maupun tidak terlibat. Ketika melakukan pengamatan, peneliti biasanya memperhatikan apa yang terjadi, mendengarkan apa yang dikatakan, mempertanyakan informasi yang menarik, dan mempelajari dokumen yang mereka miliki.

#### **2. Metode Wawancara**

Wawancara dilakukan langsung dengan informan, dalam penelitian ini data yang diteliti adalah lisan dan tulisan. Secara lisan peneliti menanyakan pertanyaan kepada narasumber dengan cara mengalir tapi tetap berpedoman pada wawancara, secara garis besar pertanyaan yang diajukan adalah trend sneakers atau sneakers sebagai gaya hidup.

Jadi ketika wawancara peneliti harus membuat nyaman narasumber, pertama kita harus berkenalan terlebih dahulu, setelah kenal baru kita menanyakan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan. Untuk mendapatkan data peneliti menggunakan alat bantu berupa daftar pertanyaan, alat perekam suara, dan kamera. Daftar pertanyaan yang diajukan berisi pertanyaan seputar



tema yang diteliti. Alat rekam suara digunakan untuk merekam ungkapan-ungkapan yang dikemukakan informan. Hasil rekaman kemudian didengar berulang-ulang melalui pencatatan sehingga memudahkan untuk mengelompokkan data. Kamera digunakan untuk mengambil gambar yang terkait dengan pemakaian *sneakers*

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah metode untuk mencari data mengenai hal-hal yang variabel yang berupa catatan, transkrip, surat kabar, majalah, notulen, rapat dan sebagainya.

#### **3.3 Teknik Analisis Data**

Bahasan mengenai analisis data dalam penelitian kualitatif, Huberman dan Miles mengajukan model analisis data yang disebutnya sebagai model interaktif. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama yaitu Pengumpulan data, Reduksi data dan Penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ketiga kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selamadan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis (Miles&Habermas, 1984 dalam Sugiyono, 2014 : hal 246).

#### **1. Pengumpulan Data**

Pada tahap ini peneliti melakukan proses pengumpulan data dengan menggunakan teknik pengumpulan yang telah ditentukan sejak awal. Proses pengumpulan data sebagaimana diungkap di muka harus melibatkan informan, aktivitas, latar, atau konteks terjadinya peristiwa. Sebagai “alat pengumpul data” (konsep human instrument), peneliti harus pandai-pandai mengelola

waktu yang dimiliki, menampilkan diri dan bergaul di tengah-tengah masyarakat yang dijadikan subjek penelitiannya.

Penelitian kualitatif bukan hanya sekedar terkait dengan kata-kata, tetapi sesungguhnya yang dimaksud dengan data dalam penelitian kualitatif adalah segala sesuatu yang dilihat, didengar dan diamati. Dengan demikian, data dapat berupa catatan lapangan sebagai hasil amatan, deskripsi wawancara, catatan harian atau pribadi, foto, pengalaman pribadi, jurnal, cerita sejarah, riwayat hidup, surat-surat, agenda, atribut seseorang, simbol-simbol yang melekat, dan dimiliki serta banyak hal lain sebagai hasil amatan dan pendengaran ( Sugiyono, 2014: hal 227,233,240).

## **2. Reduksi Data**

Reduksi data yang berarti merangkum, memilah dan memilih hal-hal pokok yang hanya memfokuskan pada hal-hal penting saja, serta mencari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan informasi yang lebih jelas, serta memberikan kemudahan kepada peneliti dalam melakukan pengumpulan data yang lain, dan mencarinya bila di perlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti computer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

Bagi peneliti kualitatif yang masih baru, kegiatan reduksidata dapat didiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli. Melalui diskusi seperti ini, wawasan peneliti akan semakin berkembang, sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori signifikan (Sugiyono, 2014: hal 247-249).

### 3. Display Data

Langkah berikutnya setelah proses data berlangsung adalah penyajian data, yang dimaksud oleh Miles dan Haberman (1984) yaitu dengan teks bersifat naratif. Dengan mendisplay data, maka peneliti memudahkan dalam memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Selain dengan teks naratif, mendisplay data juga dapat dilakukan dengan cara grafik, matrik, network dan chart (Miles dan Huberman dalam Sugiyono, 2014: hal 249).

### 4. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir proses pengumpulan data adalah verifikasi dan penarikan kesimpulan, yang dimaknai sebagai penarikan arti data yang telah ditampilkan. Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa kesimpulan awal yang dicanangkan masih memiliki sifat sementara, dengan kata lain masih dapat berubah bila tidak ditemukannya bukti-bukti yang kuat serta mendukung untuk tahap pengumpulan data berikutnya. Namun jika kesimpulan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten pada saat kembali ke lapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan bisa disebut kesimpulan yang kredibel (Miles dan Huberman dalam Sugiyono, 2014: hal 252).

### 5. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) menurut versi “postivisme” dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya sendiri. Untuk menentukan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*) dan kepastian (*confirmability*) (Moeloeng, 2000: 171-173).